

ABSTRAK

Persaingan yang begitu ketat di sektor telekomunikasi membuat para pelaku industri telekomunikasi dituntut untuk dapat menjaga setiap penggunanya. Tingkat *churn rate* yang tinggi pada Indosat menunjukkan tidak mudah untuk dapat terus mempertahankan penggunanya. Salah satu cara untuk dapat mempertahankan penggunanya adalah dengan cara menghambat pengguna agar tidak berpindah ke penyedia jasa lain atau dengan kata lain *switching barriers*.

Switching barriers adalah rintangan yang dirasakan oleh seseorang konsumen untuk beralih dari produk lama ke produk baru. *Switching barriers* menimbulkan *interpersonal relationship* (hubungan interpersonal) *perceived switching cost* (biaya berpindah), *attractive of alternative* (daya pikat pesaing).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden terhadap *switching barriers* dan loyalitas serta pengaruh *switching barriers* terhadap loyalitas secara simultan dan parsial di kota Bandung tahun 2014. Metode penelitian ini berjenis kuantitatif dengan studi kausal menggunakan analisis jalur path. Sampel penelitian ini sebanyak 385 orang.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa tanggapan responden terhadap *switching barriers* dan loyalitas bernilai tinggi itu berarti hal tersebut dapat dilihat dan dirasakan oleh pengguna IM3 sedangkan secara parsial dan simultan *switching barriers* memiliki pengaruh yang searah dan signifikan terhadap loyalitas sebesar 52,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel *switching barriers*.

Penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor apa saja yang mungkin muncul untuk menciptakan loyalitas. Selain itu penelitian ini juga dilakukan untuk membantu perusahaan dalam menciptakan loyalitas di kalangan penggunanya.

Kata Kunci: *Switching Barriers* dan Loyalitas